

# NOVOS MÉTODOS DE PROPAGAÇÃO DE DESINFORMAÇÃO EM PROPAGANDAS ELEITORAIS NA INTERNET E COMO COMBATÊ-LOS

NEW METHODS OF PROPAGATING DISINFORMATION IN ELECTION PROPAGANDA ON THE INTERNET AND HOW TO COMBAT THEM

Guilherme Brito Namura<sup>1</sup>

Artigo recebido em 8/2/2022 e aprovado em 1º/6/2022.

## RESUMO

O fenômeno da desinformação, popularmente conhecido como *Fake News*, passou a ser constantemente empregado nas campanhas eleitorais de forma a influenciar negativamente a opinião pública e crenças pessoais. Impulsionada pelo avanço das redes sociais e aprimorada por tecnologias, a desinformação vem se tornando uma conduta cada vez mais recorrente devido aos efeitos que provoca nas eleições. Este artigo aborda as discussões em torno da utilização de robôs, contas falsas, impulsionamento de mensagens e vazamento de dados nas redes sociais com intuito de prejudicar o processo eleitoral. O objetivo é entender como essas ferramentas, trazidas à luz pela inovação tecnológica, têm uma relevância crescente no aumento da desinformação da sociedade e como utilizar a própria tecnologia como proteção, prevenção e remédio. Cientes destas circunstâncias, as autoridades brasileiras buscam alternativas para combater a propagação de notícias falsas nas redes sociais. Desta forma, a pesquisa identifica e expõe quais são os tratamentos jurídicos e mecanismos de defesa contra a manipulação de informações durante o período eleitoral, dentro de um contexto legal, republicano e democrático, sem desrespeitar direitos fundamentais.

Palavras-chave: Desinformação, processo eleitoral, redes sociais, eleições, tecnologia, proteção de dados.

## ABSTRACT

The disinformation phenomenon, popularly known as *Fake News*, started to be constantly used in electoral campaigns to negatively influence public opinion and personal beliefs. Driven by the social media advancement and enhanced by technologies, misinformation has become increasingly recurrent conduct due to the effects it causes in elections. This paper addresses the discussions around the robots, fake accounts, boosting messages, social network leaked data in order to destabilize the electoral process. The objective is to understand how these tools, brought by technological innovation, have an increasing relevance of misinformation and how to use the technology itself as remedy. Aware of these circumstances, the Brazilian authorities are looking for alternatives to combat the fake News spread. Thus, this research identify and discuss legal treatments and possible defense mechanisms against data manipulation in the electoral process, within a legal, republican and democratic context, without disrespecting fundamental rights.

Keywords: Disinformation, electoral process, social media, elections, technology, data protection.

## 1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa foi desenvolvida para analisar questões em torno da influência da tecnologia no processo eleitoral. O principal problema a ser respondido, se refere a prevenção da utilização de robôs, contas falsas, coleta e vazamento de dados e disparos de mensagem em massa para propagar desinformação nas redes sociais e aplicativos de mensagens durante as eleições.

---

<sup>1</sup> Advogado formado pela Universidade Presbiteriana Mackenzie com pós-graduação de Proteção de Dados pela FGV e Direito Eleitoral e Processo Eleitoral pela Escola Judiciária Eleitoral Paulista. Experiência profissional em Relações Institucionais e Governamentais e Direito Público em empresas e escritórios de advocacia.

A permissão para realizar propagandas eleitorais nas redes sociais pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e reformas legais foram um marco quando se trata de publicidade durante às eleições. A amplitude do alcance das redes e a criação de funcionalidades como o impulsionamento fazem com que a campanha política nas mídias sociais seja atraente para candidatos com forte presença e relacionamento digital. Entretanto, o mesmo espaço virtual também pode prejudicar os candidatos e ferir o processo eleitoral para beneficiar terceiros por meio de ilegalidades.

A propagação de desinformação com o intuito de desestabilizar campanhas eleitorais tem se tornado uma prática recorrente e deve ser coibida. O potencial de dano ao processo democrático ainda é incerto, mas experiências nacionais e internacionais levantam preocupações quanto a gravidade do problema. Esse comportamento está diretamente vinculado com o uso das redes sociais e aplicativos de mensagens durante as eleições e se aproveita de um ambiente não regulado para corromper o estado democrático de direito.

O termo da propagação de desinformação ficou comumente conhecido como *Fake News*, que por sua vez passou a ser utilizado erroneamente para apontar qualquer contrariedade a um fato ou opinião exposta. O aumento da disseminação de notícias falsas tomou enormes proporções e utiliza fragmentos de informações verdadeiras de forma a confundir a população que se informa por meios não tradicionais e não verificados.

Neste sentido, candidatos começaram a utilizar desinformação como *modus operandi*, seja para publicar algo a seu favor ou disseminar propaganda negativa. Novos termos, como pós-verdade e fatos alternativos, foram citados por figuras públicas relevantes e surgiram como forma de legitimar mensagens sem respaldo nos fatos, na ciência e em evidências. Para complicar a fiscalização desta conduta, os propagadores de desinformação começaram a inovar os métodos e ferramentas utilizadas na perpetuação do crime, dispondo de recursos tecnológicos para aumentar o raio de pessoas atingidas pela mensagem.

A utilização de algoritmos e de robôs para automatizar o envio de notícias falsas tende a ser mais um fator prejudicial para o poder público e a sociedade civil, que devem buscar formas de coibir esse comportamento. Entretanto, a identificação dos responsáveis tem muita complexidade em razão da utilização de tecnologia para evitar o rastreamento via *web* e do anonimato permitido pela internet.

Outro fator importante da propagação de notícias fraudulentas é a utilização de dados pessoais de terceiros para conseguir distribuir e destinar essas informações. Os alvos normalmente são escolhidos de acordo com o perfil do eleitor ou simplesmente devido a disponibilidade das informações na internet por meio de vazamentos ou compartilhamento inconsciente. A utilização de dados pessoais para fins eleitorais e políticos tornou-se uma grande ameaça para a democracia brasileira. Isso porque a análise de dados pessoais permite identificar e detalhar a personalidade dos eleitores para direcionamento de propaganda e

informações falsas. Devemos fazer as seguintes questões: Como as campanhas obtêm dados pessoais? O usuário pode receber propagandas políticas impulsionadas sem seu consentimento? Esses dados estão sendo utilizados para disseminação de desinformação? Após as eleições, em que lugar esses dados são armazenados?

Este artigo mostra que a utilização de meios não legais para obtenção de dados pessoais pode resultar no direcionamento de propagandas e conseqüentemente na personalidade dos eleitores, uma vez que os usuários das redes sociais vão receber somente as informações que as campanhas destinarem, resultando em manipulação maliciosa por meio de algoritmos.

A análise da utilização de publicidades ilegais na internet durante as eleições irá demonstrar o quanto essa conduta é prejudicial para a sociedade e pode ameaçar a democracia. Desta forma, este estudo tem como característica um raciocínio restritivo no uso de ferramentas *online* a partir das premissas na legislação, jurisprudência e comportamentos recorrentes em eleições nacionais e internacionais, a fim de obter uma conclusão lógica diante os direitos e deveres apresentados em um ou mais argumentos.

As redes sociais fizeram com que políticos populares priorizassem uma forma de comunicação mais próxima do eleitor, o que acarretou a necessidade de o judiciário emitir resoluções para buscar um tratamento regulatório similar às mídias tradicionais, mas também criou ferramentas para maior fiscalização e controle da publicidade na internet. O impulsionamento de propaganda na internet, por exemplo, é um dos grandes fatores de barateamento de campanhas eleitorais. Porém, destaca-se que a medida também está sujeita a ilegalidades e funcionar para a disseminação de notícias fraudulentas.

A pesquisa avalia como a sociedade civil e o poder público, representando pelo judiciário, legislativo e executivo, podem agir para impedir que tais funcionalidades incentivadas pela tecnologia se tornem um campo de ilegalidades com potencial extremamente danoso para a isonomia na concorrência eleitoral. O primeiro passo consiste na promoção de campanhas para evitar a reincidência deste tipo de comportamento. Campanhas de combate à desinformação como envio de mensagens de conscientização para a população, de seminários internacionais, a emissão de resoluções normativas para coibir as ações e programas em parceria com partidos, agências de checagem e entidades que atuam em defesa da segurança na internet, também são exemplos do que os órgãos públicos podem fazer para mitigar os riscos eleitorais.

O grande questionamento desta pesquisa é se essas manobras para enganar e influenciar o voto de terceiros pode ser considerado um ataque à democracia e como evitar a propagação de desinformação. A perspectiva foi verificar se metodologias como a regulamentação e o controle de redes sociais e *Fake News* são viáveis e o suficiente para coibir tal ação.

## 2 COMO OCORRE A UTILIZAÇÃO DA TECNOLOGIA EM ELEIÇÕES

A inserção de novas tecnologias nas eleições, como a *internet* ou voto digital, tem uma capacidade enorme de influenciar diretamente no processo de escolha de candidatos para os cargos públicos. O voto eletrônico, por exemplo, é a realização de um sufrágio com técnicas automatizadas e digitais, complementadas pelo *hardware* e *software* da urna eletrônica e mecanismos internos de segurança. A implementação da urna eletrônica, da biometria eleitoral e da apuração digital dos resultados são exemplos práticos de quando a tecnologia é utilizada para garantir maior lisura e evitar fraudes nas eleições.

Já as plataformas de mídias sociais, como o *Facebook* e do *Twitter*, são exemplos mais amplos de uma ruptura do modelo tradicional de publicidade política utilizadas para baratear, simplificar e amplificar o marketing durante as eleições. Esses ambientes digitais são redes que interconectam pessoas e integram fatos sociais dos usuários, utilizando ferramentas e funcionalidades para incentivar a interatividades e aproximar interesses comuns por meio de fórmulas de programação.

### 2.1 O uso malicioso da tecnologia para prejudicar o processo eleitoral

Os comportamentos inautênticos nas redes sociais são perfis que omitem a verdadeira identidade de seu criador para disseminar desinformação e manipular o debate público. Esta conduta permite que candidatos e campanhas de má-fé se aproveitem destas ferramentas para se beneficiar eleitoralmente e obter capital político com um determinado público ou para ataques a adversários políticos.

Um balizador internacional do uso de propaganda política nas redes sociais de forma maliciosa para manipulação de informação foi o caso da influência da empresa Cambridge Analytica (CA) nas eleições de 2016 dos Estados Unidos. Na época, o então candidato à presidência do partido dos Republicanos, Donald Trump, contratou a empresa Cambridge Analytica para elaborar a comunicação estratégica no processo eleitoral. A empresa combinava mineração e análise de dados com o objetivo de utilizar as informações do eleitorado para direcionar as propagandas aos eleitores.

O caso ficou conhecido no mundo devido a coleta e utilização ilegal de dados do *Facebook*, *Google*, *Twitter*, *Instagram* e *Whatsapp*, sendo possível traçar a personalidade e o perfil psicológico de cerca 70 milhões de americanos. Por meio do uso de inteligência artificial e robôs a empresa realizou um método de colheita de dados (*data harvest*) para expandir a área de coleta utilizando pessoas que fizessem o *download* de um aplicativo para atingir seus amigos nas redes sociais e obter dados como a atualização de *status*, curtidas e até mensagens privadas. Com essas informações, foi possível realizar a criação de um perfil psicológico de cada eleitor sem o seu consentimento e conhecimento.

Desta forma, pode-se concluir que a empresa utilizava o rastro digital, “composto pelo conteúdo – palavras, fotografias, áudios e vídeos – que pode ser

atribuído a um determinado indivíduo”<sup>2</sup>, para realizar coletas de dados pessoais, comercializar acesso ao impulso emocional dos usuários das redes com o intuito de direcionar propaganda política e desinformação em prol de um candidato.

A conduta da CA levanta muitas questões quanto à psicologia do contexto de um regime democrático e se as plataformas estão mudando esse sistema político. Pois, observa-se que somado ao direcionamento de personalidade dos usuários para controle do debate público, o mal uso da tecnologia permite a disseminação de desinformação de uma forma tão rápida que inviabiliza sua prevenção. As evidências<sup>3</sup> deste caso também demonstraram a capacidade de programas e robôs em direcionar propagandas políticas em plataformas digitais para determinado público-alvo, assim como demonstra a fragilidade e vulnerabilidade que os eleitores estão expostos.

É cada vez mais comum observar a utilização de robôs da internet (“bots”), programas de computador designados para exercer determinadas funções, para operar contas falsas nas mídias sociais e manipular informações sobre temas e pessoas. Por outro lado, há também a ação humana maliciosa de criar e administrar as contas falsas com objetivo de divulgar de forma abusiva as notícias, falsas ou verdadeiras, favoráveis ou contrárias a candidatos durante às eleições.

Após as alegações de interferência virtual nas eleições americanas de 2016 e no referendo britânico referente à saída da União Europeia, também conhecido como *Brexit*, as redes sociais começaram a passar por um escrutínio e uma fiscalização muito maior por auditoria internas, dos governos locais e do judiciário, o que pode resultar na suspensão e bloqueio de contas que violassem as regras de uso como linguagem de ódio e publicação de informações falsas.

## **2.2 Casos de propagação virtual de desinformação durante as eleições no Brasil**

A formação de jurisprudência e a aplicação de penalidades em razão da prática de disseminação de desinformação em massa nas redes sociais e aplicativos de mensagens ainda são muito recentes, assim como a concepção de previsão legal para tratar desses casos.

Uma das principais decisões contra a divulgação de notícia falsa na internet do Tribunal Superior Eleitoral foi em junho de 2018 em análise de representação movida pelo partido Rede Sustentabilidade<sup>4</sup>. A legenda denunciou a publicação de informações inverídicas que ofendiam a imagem política da candidata à Presidência da República, Marina Silva, por um perfil anônimo do Facebook.

O entendimento do ministro Sérgio Silveira de Banhos foi de que as postagens tinham potencial de acarretar graves prejuízos e determinou que o

---

<sup>2</sup> <<https://canaltech.com.br/seguranca/rastros-digitais-o-que-a-internet-sabe-sobre-voce-pode-deixar-marcas-eternas-104650/>>

<sup>3</sup> <<https://www.theguardian.com/news/series/cambridge-analytica-files>>

<sup>4</sup> Representação 0600546-70.2018.6.00.0000 – classe 11541 – Brasília – DF.

Facebook removesse as publicações, fornecer os registros de acessos a postagem, os dados sobre a origem do cadastro da página responsável pelas publicações e os dados pessoais de seu criador e administradores.

O ministro afirmou que as publicações apresentavam indícios de desinformação devido a manchetes sensacionalistas, prevalência da primeira pessoa na narrativa, erros gramáticos e de coesão e emprego de expressões de julgamento. Segundo Banhos, embora a Constituição Federal garanta a liberdade de expressão, a proteção não se estende a manifestação anônima.

Destaca-se também a decisão do plenário do TSE que cassou o mandato e tornou inelegível o deputado estadual eleito pelo Paraná, em 2018, Fernando Francischini, por divulgar notícias falsas contra o sistema eletrônico de votação<sup>5</sup>. No dia da eleição, Francischini fez um vídeo ao vivo nas redes sociais, afirmando que duas urnas estavam fraudadas e aparentemente não aceitavam votos no então candidato Jair Bolsonaro. Os ministros entenderam que o deputado fez uso indevido dos meios de comunicação, além de abuso de poder político e de autoridade, práticas ilegais previstas no artigo 22 da Lei de Inelegibilidade.

A decisão, mantida pela Segunda Turma do STF, é um marco de mudança na jurisprudência de casos de desinformação digital e visa atenuar os ataques a credibilidade do processo eleitoral e das autoridades que o conduzem. O tribunal buscou caracterizar a utilização indevida de veículo de comunicação social para a disseminação de gravíssimas notícias fraudulentas do período eleitoral.

Por fim, destaca-se duas decisões tomadas no âmbito do inquérito das Fake News<sup>6</sup>, que apura fatos e infrações relativas a notícias fraudulentas e ameaças veiculadas na Internet que têm como alvo o STF, seus ministros e familiares. Em agosto de 2021, o corregedor-geral da Justiça Eleitoral, ministro Luis Felipe Salomão, determinou que as plataformas digitais *Youtube*, *Twitch.TV*, *Twitter*, *Instagram* e *Facebook* suspendessem o repasse de valores oriundos de monetização de páginas indicadas no Inquérito Administrativo 06000371-71, dedicadas a propagar desinformação contra o sistema eletrônico de votação e a legitimidade das Eleições de 2022.

A medida, além ter um papel importante em revelar que essas plataformas podem financiar páginas propagadoras de desinformação, vedou o uso de algoritmo que venham sugerir ou indicar outros canais de conteúdo político para interromper a disseminação e exigiu que as redes realizassem o caminho inverso das postagens para identificar a origem das publicações para esclarecimento da autoria do conteúdo.

A outra decisão no escopo eleitoral relevante no Inquérito das Fake News foi a determinação da suspensão do aplicativo de mensagens Telegram<sup>7</sup>. A ordem atendeu um pedido da Polícia Federal, com base na lei 12.965/2014 ("Marco Civil

---

<sup>5</sup> Recurso Ordinário Eleitoral nº 0603975-98- Classe 11550- Curitiba – PR.

<sup>6</sup> Inquérito 4.781 Distrito Federal

<sup>7</sup> Petição 9.935 Distrito Federal

da Internet"), diante da ausência de cooperação da plataforma para atender determinações judiciais em processos que investigam a disseminação de notícias fraudulentas.

A suspensão teve duração de apenas 2 dias e foi revogada pelo próprio autor da decisão do bloqueio, o ministro do STF Alexandre de Moraes, após o *Telegram* cumprir as determinações judiciais que estavam pendentes, mas o precedente criado neste caso abre a possibilidade de penas graves para plataformas que não cumprirem as decisões contrárias à disseminação de desinformação na internet.

Para avaliar a capacidade do ordenamento jurídico eleitoral brasileiro em assegurar proteção contra condutas virtuais maliciosas, é importante primeiro entender como funcionam as condutas digitais automatizadas no âmbito eleitoral. A evolução de métodos automáticos para divulgar desinformação e coletar dados pessoais na internet está diretamente vinculado a propaganda política nas redes sociais.

### **2.3 Como classificar o uso malicioso da liberdade de comunicação**

Pensando no contexto desta pesquisa, pode-se afirmar que diversos meios de comunicação, seja individual ou de massa, são capazes de exercer influência social sobre a sociedade. Para controlar a legalidade de manifestações públicas, a Constituição Federal (1988) impõe princípios e limites acerca das liberdades de comunicação e de imprensa, além de garantir os direitos de informar e ser informado.

Deve-se evitar classificar a desordem informacional, termo empregado para a utilização de notícias fraudulentas, no contexto de liberdade comunicacional. Se essa questão fosse abordada na ciência social deveria ser analisada no campo da ética e moralidade, entendendo os significados de verdade ou mentira. Como é difícil decidir sobre a verdade das coisas sob o prisma do direito, deve-se analisar a mentira pelo dano proporcionado. Para avançar nesse tema é preciso destacar que há a desinformação, que é enganosa, e a má informação, que provoca algum tipo de prejuízo.<sup>8</sup>

No ambiente eleitoral, a liberdade de informação não tem caráter absoluto e é adequada por um sistema de equilíbrio e controle estabelecidos por um conjunto de normas, moralidade e o bom senso. Além dos princípios constitucionais que protegem a liberdade de comunicação, existem outros aspectos que precisam ser levados em conta. A vida privada, a igualdade entre as pessoas e o direito à intimidade são questões, que ao serem prejudicadas, trazem um impacto danoso à convivência em sociedade. Entretanto, não é comum que ocorram choques principiológicos. Por inexistir uma hierarquia entre

---

<sup>8</sup> <https://observatoriodainternet.br/post/para-alem-das-fake-news-os-componentes-da-chamada-desordem-informacional>

os princípios, deverá prevalecer o juízo de ponderação e valores no caso concreto.

O professor Jairo Gomes descobriu o dilema em caso de conflitos entre princípios constitucionais, demonstrando a possibilidade de tratar mecanismos hierarquicamente iguais de formas diferentes, dependendo das suas circunstâncias concretas. Assim, apesar da liberdade de comunicação ter uma posição destaque no Estado de Direito, o princípio deve ser preterido pela isonomia entre candidatos para evitar abusos e má informação.

Suponha-se que o princípio da liberdade de comunicação (no qual está aplicado o direito de informação) colida com o da igualdade. Enquanto este releva a necessidade de se conferir igual tratamento aos candidatos (que equivale à paridade de armas entre os competidores), o aquele encarece a liberdade de expressão e de imprensa. Ambos os princípios constituem valores caros ao regime democrático de direito. A escolha de um deles se dá ao cabo de complexo processo hermenêutico, no qual também comparece a cosmovisão e a pré-compreensão do intérprete. É óbvio que a igualdade absoluta é impossível ser alcançada. Mas, se pretender que haja certa equivalência ou equilíbrio entre todos os candidatos, a isonomia deverá prevalecer sobre a plena liberdade de comunicação. Por outro lado, se se entender que a liberdade de informação é o valor maior a ser prestigiado no caso concreto, deverá, então sobrejugar a pretendida igualdade entre os candidatos. Isso é assim porque nada no direito é absoluto, sendo ele mesmo relativo, já que é produto da cultura<sup>9</sup>.

Coloco esse assunto em destaque, pois esse dilema apresentado é observado na utilização da internet como meio de comunicação eleitoral. As novas tecnologias vêm promovendo transformações em que a sociedade e o ambiente regulatório estão tendo dificuldades em acompanhar. A rede de internet se tornou o meio mais importante de comunicação e por isso, é essencial que o regramento aplicado à mídia escrita seja aplicado à mídia virtual. Contudo, é necessário adaptar as normas e ampliar as possibilidades de regulamentação para desenvolver um ambiente igualitário direcionado aos candidatos e aos eleitores.

## **2.4 As diferenças entre liberdade de expressão e disseminação de informação falsas**

Diante da colisão de princípios com *status* constitucionais, é importante destacar a diferença entre a liberdade de expressão e a propagação de informação falsa. A liberdade de expressão não significa que se possa dizer o que quiser, onde quiser. Não se pode definir como liberdade o discurso de ódio e condutas criminosas. A disseminação de notícias não verdadeiras para beneficiar a si ou prejudicar terceiro, além de constituir aspectos antidemocráticos, também pode configurar crime. A questão é ainda mais grave quando verificada no

---

<sup>9</sup> GOMES, José Jairo. Direito Eleitoral, 2019, pg. 577 e 578.

âmbito eleitoral, pois quando caracterizado o intuito de lesar outros candidatos e distorcer fatos para benefício próprio, pode se enquadrar como fraude, calúnia, difamação, injúria na internet e crimes contra honra ou de responsabilidade caso seja cometido por autoridade públicas.

Como exemplo, o compartilhamento de informações falsas, fotos e vídeos manipulados e publicações negativas ou duvidosas sobre um adversário político são crimes de calúnia, injúria e difamação. Ou seja, a livre expressão tem consequências quando usada para propagar mentira e ódio a um determinado alvo, individual ou coletivo, para imputar crimes não cometidos ou divulgar fatos inverídicos que afetem a reputação de terceiro. Os crimes supracitados ganham uma dimensão muito maior quando multiplicados virtualmente. Ainda mais quando alimentado por uma rede de robôs, pois dificulta a identificação do perpetrador.

O poder de desinformação faz com que uma pessoa ou um grupo acreditem em uma mentira e desacreditem no fato real. Como a internet é um fluxo orientado pela indústria do “clique”, em que toda plataforma digital se tornou um ringue de competição pela atenção do usuário, a informação falsa influencia de forma irreversível alguns públicos. Nas eleições, esse tipo de situação impede a paridade de armas e beneficia o candidato com maior capacidade de propagação de interações nas redes sociais. Assim, cria-se uma bolha digital, onde o usuário recebe as informações modeladas para si, com conteúdo nem sempre verdadeiros.

Observando a probabilidade de ocorrer choques entre princípios e um aumento da poluição informacional na internet, nota-se que a plena liberdade de comunicação tem limites determinados tanto por lei, quanto pela ética. Há uma grande necessidade de regras que coíbam os abusos causados pela má-informação transvestida por prerrogativas libertárias, para evitar a fraude que pode acarretar a população. Para José Jairo Gomes (2019), “[...] impõe-se o tratamento isonômico, sob pena grave aos princípios constitucionais de liberdade e igualdade, bem como os direitos fundamentais de expressão, informação e crítica”. Ou seja, o limite contra esses abusos é estabelecido pelo próprio princípio da liberdade de comunicação.

### **3 PROPAGANDA ELEITORAL VIRTUAL NO BRASIL**

As redes sociais *Facebook* e o *Twitter* e os aplicativos de mensagens *WhatsApp* e *Telegram* se tornaram ferramentas relevantes para dar voz a candidatos que antes não eram contemplados pela mídia tradicional. Esses instrumentos também são vistos como uma forma de baratear campanhas e tiveram um papel protagonista no surgimento de novas lideranças. Neste contexto, é importante compreender a legalidade de estratégias eleitorais via internet, pois o mal uso pode transgredir direitos fundamentais. A questão é verificar se o direito do acesso à informação dos eleitores está em risco e qual é o limite da legitimidade da propaganda política direcionada.

A Constituição Federal (1988)<sup>10</sup> assegura a liberdade de expressão e de informação, permitindo o estabelecimento de meios que garantam a possibilidade de defender seus valores básicos conforme o art. 221. O dispositivo destaca a necessidade de emissoras de rádio e televisão atenderem às finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, bem como respeitarem os valores éticos e sociais da pessoa e da família. O entendimento de Jairo Gomes (2019) é de que as propagandas políticas também devem atender a tais diretrizes.

No âmbito político, a comunicação de ideias de cunho ideológico, político, religioso, econômico ou social tornam as pessoas propensas a refletir e criar imagens positivas ou negativas sobre o contexto escolhido. O poder persuasivo de uma propaganda pode resultar em instrumento para controle, revolta, comunicação social, manipulação e informação, ensejando discussão pública de grandes questões ligadas a setores de economia, meio ambiente, previdência social, saúde e segurança.

Não seria diferente na comunicação explorada nas eleições, com destaque para a utilização de internet, redes sociais, rádio, televisão e as propagandas físicas. O foco é a alavancar sua imagem pública, buscando ampliar a credibilidade para estabelecer uma relação com o público-alvo (eleitores), o que reflete no resultado das urnas. Assim, o produto oferecido na propaganda é a própria imagem do ser humano. No mesmo sentido, a propaganda negativa também aborda esses aspectos, mas com elementos negativos, não necessariamente verídicos, do adversário.

Com essa questão em mente, é importante a sociedade e a comunidade jurídica entender e definir quais são os limites sobre a veiculação de propagandas políticas a fim de coibir abusos. O professor José Jairo Gomes (2019) afirma que, “a propaganda política se submete à observância de alguns princípios, a uma rígida disciplina legal e ao controle da justiça eleitoral, o qual é exercido quer no âmbito do poder de polícia, quer no jurisdicional.” Entre esses princípios destacam-se a legalidade, liberdade de expressão, liberdade de informação e responsabilidade.

Esses princípios estabelecem as principais diretrizes para o desenvolvimento de comunicações eleitorais em regimes democráticos. Um conteúdo com potencial de influenciar o voto de eleitores deve apresentar essas características para evitar a corrupção, fraude e manter igualdade de oportunidade entre os candidatos. Entretanto, a velocidade da transmissão de informações por meio de novas tecnologias provocou transformações que o direito ainda tem dificuldade em lidar.

### **3.1 Propaganda política em mídias digitais**

Os princípios supracitados devem ser observados no âmbito da propaganda político eleitoral na internet, com ênfase nas mídias sociais, que tem transformado as relações entre o candidato e os eleitores, instituindo um

---

<sup>10</sup> [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)

importante meio de interação e distribuição de informação. A propaganda eleitoral nas redes foi regulamentada pela Reforma Eleitoral de 2017, ao inserir um novo dispositivo no artigo 57 na Lei Eleitoral (9.504/97), que permite e estabelece limites na veiculação de publicidade na internet.

A Lei 13.488/2017 consolidou o capítulo de Propaganda da Internet e estabeleceu um dos principais marcos de regulamentação da utilização da internet no processo eleitoral, promovendo mudanças significativas no formato da propaganda eleitoral na internet. O marco legal criou uma exceção para a veiculação de propaganda eleitoral paga na internet, permitindo o impulsionamento de conteúdo, desde que identificado de forma inequívoca e quando contratado por partidos, coligações e candidatos.

A reforma manteve a proibição em regra para propaganda paga na internet e regulou uma modalidade antes considerada ilegal pela jurisprudência<sup>11</sup>. A decisão em questão é um exemplo prático da proibição do uso do *Facebook* para divulgação de mensagens nas eleições de 2014 e para delimitar a atuação de eleitores, que façam uso de mecanismos que, por meio de remuneração paga ao provedor de serviços, potencializam suas mensagens para atingir usuários que não teriam acesso à publicação.

A utilização de links e postagens patrocinadas na internet representa uma vantagem para os candidatos baratarem a campanha e alcançar um eleitorado maior, através de uma rede de interações. Além das formas tradicionais de impulsionamento de conteúdos nas mídias sociais, a Lei Eleitoral permite no § 2º do art. 26 a contratação de ferramentas de busca para ter prioridade nos resultados. Esse dispositivo autoriza a compra de palavras-chave em buscadores como *Google*, *Yahoo* e outros durante as eleições.

A possibilidade de impulsionamento de conteúdo eleitoral ficou restrito às campanhas oficiais, visando promover efetivo controle sobre as contas de campanhas veiculadas de forma online. O uso deste recurso deve ser transparente para o eleitor, como já acontece, quando as plataformas de mídias sociais acrescentam à publicação a palavra "Patrocinado".

Para evitar o abuso do impulsionamento, a nova redação do inciso IV e a inserção do parágrafo 3º, ambos do art. 26 da Lei Eleitoral estabeleceu medidas de controle e fiscalização, pois exige o detalhamento dos custos contratados com impulsionamento de conteúdos nas prestações de contas das campanhas. Essa determinação torna obrigatório declarar à Justiça Eleitoral quais ferramentas receberam recursos para impulsionamento na Internet, da mesma forma como se exige de outros canais e modalidades de marketing.

Outra alteração relevante da Reforma Eleitoral foi a introdução do art. 57-B, inciso IV. Embora a propaganda paga na internet ainda seja proibida, o dispositivo permitiu que a contratação do serviço de impulsionamento pudesse ser

---

<sup>11</sup> Representação nº 94675, Acórdão de 14/10/2014, Relator(a) Min. TARCISIO VIEIRA DE CARVALHO NETO, Publicação: PSESS - Publicado em Sessão, Data 14/10/2014

realizada por partidos, coligações, candidatos ou seus representantes e diretamente por meio da ferramenta responsável pelo serviço. Essa autorização só pode seguir adiante se cumprida a obrigação do provedor em ter sede e foro no Brasil, ou com filial, sucursal, escritório, estabelecimento ou representante legalmente estabelecido no país.

O STF estabeleceu jurisprudência<sup>12</sup> sobre o assunto ao considerar constitucionais os dispositivos da Lei das Eleições (Lei 9.504/1997), que proíbem a veiculação de propaganda eleitoral paga na internet, com exceção do impulsionamento de conteúdo em redes sociais. A corrente majoritária da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 6281 entendeu que as regras estão dentro das limitações constitucionais e cumprem o objetivo de evitar abuso de poder econômico.

#### **4 MÉTODOS DE SEGURANÇA VIRTUAL COMO SOLUÇÃO DE AÇÕES MALICIOSAS**

Na tecnologia, há a possibilidade de implementar medidas protetivas como mecanismos de *compliance* e de segurança digital para assegurar o direito a proteção de dados pessoais e identificação de robôs maliciosos. Como exemplo, a governança do tratamento de dados pela criação de regras de boas práticas que estabeleçam procedimentos, normas de segurança, ações educativas e mitigação de risco é o primeiro passo para evitar a disseminação de desinformação em propaganda eleitoral.

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) também é um exemplo de legislação que tem como principal objetivo proteger os direitos fundamentais de liberdade, de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural. A LGPD cria um cenário de segurança jurídica, com a padronização de regulamentos e práticas internacionais para promover a proteção aos dados pessoais de todo cidadão que esteja no Brasil. A LGPD define o que são dados pessoais e explica que alguns deles estão sujeitos a cuidados ainda mais específicos, como os dados pessoais sensíveis e dados pessoais sobre crianças e adolescentes. Todos os dados tratados, tanto em âmbito físico quanto digital, estão sujeitos à regulação. Incluindo dados de características eleitorais.

Desta forma, se faz necessário garantir esses mecanismos e ferramentas de visualização, controle e resguardo ao titular de dados pessoais, para que este possa entender, decidir ou se proteger em operações de tratamento, que podem acarretar vazamento das informações. Essa característica em que o próprio dono da informação mantém sua segurança é conhecida como autodeterminação informativa. Este é o primeiro passo em evitar que suas informações sejam vazadas. Outras formas de proteção dependem dos agentes que realizam as operações de tratamento de dados pessoais, como o *Facebook*, *Google* ou *Twitter*. Neste tipo

---

<sup>12</sup> Ação Direta de Inconstitucionalidade: ADI 6281 DF 0034710-93.2019.1.00.0000

de operação é necessário que os agentes adotem uma postura preventiva de resguardo ao titular de dados pessoais, ponderando riscos e ameaças.

Para um regime jurídico ser efetivo na implementação de proteção de dados, é obrigatório dispor dos seguintes dispositivos: (i) autorização, em que são criados requisitos para a realização do tratamento de dados; (ii) segurança: estipulação de cuidados na gestão de informações privadas e medidas de contenção de dados; (iii) identificação do abuso: estabelecimento de limites aos tipos de uso e aplicações de dados pessoais; (iv) roubo de identidade: repressão de atividades que coloquem em risco os direitos dos titulares de dados; (v) transparência: deveres de prestação de informação de qualidade; (vi) Prevenção: análise dos riscos de operações de tratamento com ponderação prévia.

Também é importante ressaltar o conceito técnico das ferramentas de segurança digital. Uma alternativa é a ação de anonimizar os dados. Esse recurso permite a utilização de meios técnicos razoáveis e disponíveis no momento do tratamento, por meio dos quais um dado perde a possibilidade de associação, direta ou indireta, a um indivíduo. Esse processo permite que um dado pessoal não possa ser identificado, dificultando o acesso ou vazamento, pois a informação não está mais associada a um indivíduo.

#### **4.1 Proteção de dados pessoais no âmbito das Eleições**

Esses mecanismos de segurança da informação em rede demonstram a possibilidade de prevenção de ataques de robôs e desinformação que utilizam dados pessoais para realizar comunicações direcionada com intuito de influenciar terceiros. Como exemplo prático, a plataforma de mensagens *WhatsApp* se tornou um espaço para divulgação de propaganda eleitorais e foi muito questionada diante a ausência de métodos de segurança para evitar a propagação de notícias fraudulentas.

As eleições gerais de 2018 tiveram um contexto político atípico em que foi verificada a ascensão de um candidato à presidência da República com enorme influência digital nas redes sociais, com mais de 10 milhões de seguidores no *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* juntos, considerando o número de seguidores e interações<sup>13</sup>. Com o aumento progressivo no número de seguidores nas mídias sociais, os grupos de *WhatsApp* começaram a ter um papel mais relevante na campanha do então candidato do Partido Social Liberal (PSL), Jair Bolsonaro.

Diferentemente de outras mídias sociais como o *Facebook* e *Twitter*, em que as publicações de usuários são públicas, as plataformas do *WhatsApp* e do *Telegram* são espaços para conversas privadas ou grupos com número limitado de pessoas. Entretanto, a força de disseminação de informações é muito rápida

---

<sup>13</sup> Tavares, J. Bolsonaro lidera influência nas redes sociais, aponta pesquisa. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/11/1938138-bolsonaro-lidera-influencia-nas-redes-sociais-aponta-pesquisa.shtml>

devido a rede de interações criada pelos usuários do aplicativo de forma orgânica.

No Brasil, os aplicativos de mensagens são utilizados como fonte primária de informação e não tem como verificar a veracidade do conteúdo, o que abre uma brecha para práticas de condutas ilícitas. O jornal *Folha de São Paulo* publicou uma série de reportagens<sup>14</sup>, desde outubro de 2018, revelando a contratação de pacotes de disparos de mensagens em massa por empresários, que estavam investindo em campanha política contra o Partido dos Trabalhadores (PT), sem declarar os gastos à Justiça Eleitoral, em evidente violação da legislação que proíbe doações corporativas. De acordo com a denúncia, empresas de marketing fazem envios maciços de mensagens políticas, usando de forma fraudulenta CPFs de idosos e até contratando empresas estrangeiras.

O caso foi julgado pelo TSE na Ação de Investigação Judicial Eleitoral (Aije) nº 0601782-57, ajuizada pela coligação Brasil Soberano (PDT/Avante) contra Jair Bolsonaro e Hamilton Mourão, eleitos presidente e vice-presidente da República nas Eleições 2018. A alegação é a de que os então candidatos e o empresário, durante a campanha eleitoral, teriam se envolvido em suposta prática de abuso de poder econômico e uso indevido dos meios de comunicação, nos termos do artigo 14, parágrafo 9º, da Constituição Federal (1988), e do artigo 22 da Lei Complementar (LC) nº 64/1990.

O tribunal decidiu pela improcedência e arquivamento da Aije, pois o relator, ministro Luis Felipe Salomão, entendeu que as provas contidas nas Aijes não eram suficientes para atestar a gravidade dos fatos, o que é requisito para a cassação da chapa. Contudo, o colegiado fixou nova tese segundo a qual “o uso de aplicações digitais de mensagens instantâneas visando promover disparos em massa contendo desinformação e inverdades em prejuízo de adversários e em benefício de candidato pode configurar abuso de poder econômico e uso indevido dos meios de comunicação social, nos termos do artigo 22 da LC 64/1990 [Lei de Inelegibilidade], a depender da efetiva gravidade da conduta, que será examinada em cada caso concreto”.<sup>15</sup>

Por outro lado, o ministro do TSE, Edson Fachin, multou em R\$ 176,5 mil a campanha de Fernando Haddad (PT) à Presidência em 2018 por impulsionamento irregular de conteúdo desfavorável ao então adversário Jair Bolsonaro<sup>16</sup>. Segundo a decisão do ministro, documentos do Google comprovaram que a campanha de Haddad contratou a empresa, por R\$ 88,2 mil reais, para que o site “A Verdade

---

<sup>14</sup> Mello, Patricia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>

<sup>15</sup> TSE julga improcedentes ações contra Jair Bolsonaro e Hamilton Mourão. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2021/Outubro/tse-julga-improcedentes-acoes-contra-jair-bolsonaro-e-hamilton-mourao>

<sup>16</sup> Delfim, Rodrigo Borges. TSE multa campanha de Haddad por notícias contra Bolsonaro. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/03/fachin-multa-campanha-de-haddad-por-noticias-contra-bolsonaro.shtml>

sobre Bolsonaro" aparecesse nas primeiras posições do site de busca. O ministro Edson Fachin considerou que o impulsionamento causou desequilíbrio na disputa ao reproduzir informações contendo críticas desfavoráveis e ofensivas ao candidato adversário e feriu a lei eleitoral uma vez que o uso do impulsionamento na internet é permitido "apenas com o fim de promover ou beneficiar candidatos ou suas agremiações".

Em um terceiro ato deste raciocínio, destaca-se que o *WhatsApp* admitiu o uso de envios maciços de mensagens, com sistemas automatizados contratados por empresas, durante as eleições brasileiras de 2018<sup>17</sup>. Em outubro de 2019, o gerente de políticas públicas e eleições gerais, Ben Supple, afirmou que "na eleição brasileira do ano passado houve a atuação de empresas fornecedoras de envios maciços de mensagens, que violam nossos termos de uso para atingir um grande número de pessoas". O executivo do *WhatsApp* criticou os grupos públicos da plataforma acessados por meio de links que distribuem conteúdo político e que a plataforma desencoraja "o uso dos grupos como listas de transmissão" de conteúdo, como ocorre com muitos grupos de apoiadores de políticos.

O *Whatsapp*, porém, é um caso específico, tendo em vista que é um espaço para conversas privadas, ou pelo menos, mais fechado dentre as plataformas de mídia social. Portanto, oferece questões mais controversas sobre o rastreamento das origens e auditoria do conteúdo ilegal compartilhado como mensagens. Embora não ofereça serviços de *micro-targeting* (comunicação em massa para um número reduzido de pessoas), a rede de mensagens é, sem dúvida, uma plataforma dominante no contexto eleitoral brasileiro.<sup>18</sup> Para resguardar as informações que chegam para os usuários, a empresa vem adotando uma série de medidas para bloquear contas que violam as normas ao fazer envio automatizado ou maciço e limitou a função de encaminhar mensagens recebidas pelo aplicativo.

Esses casos demonstram a necessidade de aplicar o direito dos titulares de dados para os cidadãos durante as eleições. As fontes no mercado de propaganda política ainda são incertas e a ausência de legislação específica permite uma indústria de corretagem de dados que coleta, vende e analisa dados pessoais.

Ao permitir o impulsionamento de propaganda direcionada por candidatos, partidos ou coligações, focando-se na lógica das principais redes sociais, a legislação eleitoral acabou incentivando também a prática de coleta de dados pessoais para o desenvolvimento de diferentes perfis de usuários. Já que o mapeamento desses perfis é a base do modelo de negócios dessas plataformas, pois é com base neles que é vendido espaço para publicidade direcionada. A lei eleitoral acabou incentivando tal prática em um contexto em que o país

---

<sup>17</sup> Mello, Patrícia Campos. *WhatsApp admite envio maciço ilegal de mensagens nas eleições de 2018*. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/10/whatsapp-admite-envio-massivo-ilegal-de-mensagens-nas-eleicoes-de-2018.shtml>

<sup>18</sup> [https://www.codingrights.org/wp-content/uploads/2018/11/Report\\_DataElections\\_PT\\_EN.pdf](https://www.codingrights.org/wp-content/uploads/2018/11/Report_DataElections_PT_EN.pdf)

recentemente criou a Agência Nacional de Proteção de Dados para reforçar a proteção de dados dos eleitores.<sup>19</sup>

A privacidade do eleitor e os direitos dos titulares devem ser garantidos para evitar um abuso diante princípios democráticos de eleições justas e igualitárias. A LGPD e a ANPD são um avanço em respeito pela privacidade e liberdade de escolha dos eleitores, além de dar mais transparência às campanhas políticas. A norma reconhece dados pessoais como bem jurídico que merece tutela e poderá resultar em sanções administrativas em caso de abusos ou falhas de segurança no tratamento de dados pessoais coletados.

Um dos grandes benefícios da LGPD é a proteção provida para o titular de dados que passar a ser notificado da existência do tratamento e outras prerrogativas como acesso, correção, anonimização, bloqueio, eliminação, informações de compartilhamento, revogação de consentimento e outros. A demanda ao controlador para estruturar uma rede de proteção é complexa e exige muita preparação para as empresas que estão envolvidas com processo de tratamento de dados. É importante ressaltar que a LGPD também traz punições para o vazamento e brechas que resultem na divulgação de dados. A LGPD também pode ser implementada no âmbito eleitoral e vai resultar em multas significativas, que podem coibir o ato. As multas previstas para o descumprimento variam de 2% do faturamento bruto até R\$ 50 milhões por infração.

#### **4.2 A utilização de tecnologia na evasão de notícias fraudulentas**

Dentro do cenário de combate à poluição informacional é necessário abordar estratégias e ferramentas para prevenir e evitar os ataques cibernéticos e a propagação de discursos de ódio e notícias falsas, que ocorrem por meio de contas falsas e distribuição automatizada nas redes sociais, tanto antes e depois das eleições. Neste tipo de ação é importante desassociar a coibição de condutas maliciosas de censura, sem entrar no mérito das mensagens transmitidas. Há métodos que podem ser implementados sem que seja necessário exigir das plataformas digitais o que é considerado *Fake News*, evitando desta forma, um tribunal da verdade.

Para evitar a epidemia da desinformação, o TSE publicou a Resolução nº 23.671, de 14 de dezembro de 2021, que trata da propaganda eleitoral, do horário eleitoral gratuito e condutas ilícitas na campanha. A Resolução permite o envio de mensagens eletrônicas aos eleitores que se cadastrarem voluntariamente para recebê-las, desde que seus emissores sejam identificado e sejam respeitadas as regras da LGPD. Também deverão ser disponibilizados meios para que a pessoa possa se descadastrar a fim de não receber mais conteúdo.

Por meio da Resolução 23.671 se passa a exigir nos §§ 9º e 10º do art. 29, prévio cadastramento dos provedores de aplicação que pretendam prestar serviços de impulsionamento de propaganda, propiciando mecanismos de

---

<sup>19</sup> [https://www.codingrights.org/wp-content/uploads/2018/11/Report\\_DataElections\\_PT\\_EN.pdf](https://www.codingrights.org/wp-content/uploads/2018/11/Report_DataElections_PT_EN.pdf)

controle e responsabilização. O §1-A do art. 31 é outro mecanismo importante em ordem a esclarecer que a proibição de venda de cadastro de endereços eletrônicos abarca números de telefone para disparo em massa.

Destaca-se ainda o art. 33-A que prevê o dever de informar sobre a possibilidade de ocorrer tratamento de dados dentro do limite técnico de cada provedor, dispendo-se que a propaganda eleitoral, como regra, deve ser indicada pelos atores implicados e que o tratamento de dados sensíveis deverá observar o art. 11 da LGPD. Já o art. 34 veda o disparo em massa de mensagens instantâneas sem o consentimento do destinatário ou a partir da contratação de tecnologia ou serviços pelo provedor e em desacordo com os termos de uso.

#### **4.2.1 Métodos alternativos para coibição de propagação de desinformação**

Como ficou explícito, a implementação de medidas de combate à disseminação de conteúdo falso nas redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*, e nos serviços de mensagens privadas, como *WhatsApp* e *Telegram*, requer cuidado para não cercear direitos fundamentais. Por isso é importante que os aspectos técnicos sejam bem delineados, uma vez que podem ser a chave para a execução de ações efetivas.

No âmbito eleitoral, dois pontos que merecem atenção são a coibição de contas falsas e do uso de robôs e o detalhamento de publicidades. A autorregulação por parte de provedores de redes sociais e de serviços de mensagens exige a identificação de contas falsas maliciosas, quando criadas ou usadas com o propósito de assumir ou simular identidade de terceiros para enganar o público.

Neste caso, me refiro à autorregulação como um fator em que não haja necessariamente intervenção do estado, de forma que as empresas possam estabelecer e verificar regras de acordo princípios e diretrizes estabelecidos por legislação. No mesmo sentido, a intenção dos legisladores não deve ser proibir a utilização de robôs, pois é uma ferramenta muito utilizada para tarefas que auxiliam processos e automatizam demandas.

É importante classificar e rotular quais robôs podem ser danosos para o pleito eleitoral e para a democracia. Coibir comportamentos maliciosos, como por exemplo, uma articulação entre contas automatizadas para produzir informação falsa ilegítima sobre um candidato ou o debate público é um meio viável para garantir isonomia e paridade de armas nas eleições.

As plataformas podem impor regras na utilização de contas geridas por robôs e vincular a sua utilização ao cumprimento de princípios éticos e morais de modo a facilitar a identificação de desvio de utilidade. Alternativas são a viabilização de medidas para identificar as contas que apresentem movimentação de discurso de ódio ou incompatível com a capacidade humana e a adoção de políticas de uso que limitem o número de contas controladas pelo mesmo usuário ou requerer vinculação a identidade civil.